

Министерство науки и образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет»  
Институт филологии, культурологи и межкультурной коммуникации  
Кафедра межкультурной коммуникации,  
риторики и русского языка как иностранного

**Жанр интервью и его отражение в образовательном процессе**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа  
допущена к защите  
Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_

дата

\_\_\_\_\_

подпись

Исполнитель:  
Ткаченко Алена Олеговна,  
Обучающийся ЛЛ-41 группы

\_\_\_\_\_

подпись

Научный руководитель:  
Руженцева Наталья Борисовна,  
докт. филол. наук, профессор

\_\_\_\_\_

подпись

Екатеринбург, 2018

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. Интервью как разновидность информационных жанров.....</b>	<b>6</b>
1.1. Информационные жанры в публицистике: общий обзор.....	6
1.2. Понятие интервью. Разновидности интервью.....	9
1.3. Особенности речевой и коммуникативной организации интервью.....	15
<b>ГЛАВА 2. Отражение интервью в образовательном процессе.....</b>	<b>19</b>
2.1. Методика обучения интервью.....	19
2.2. Исследовательское интервью.....	25
2.3. Аудио и видео-интервью в образовательном процессе.....	31
<b>ГЛАВА 3. Методические рекомендации обучению интервью.....</b>	<b>34</b>
3.1. Основные правила и условия проведения интервью.....	34
3.2. Обучение подготовке вопросов к интервью.....	38
3.3. Композиционные особенности текста интервью.....	43
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>47</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>50</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....</b>	<b>54</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....</b>	<b>58</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....</b>	<b>59</b>

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность исследования.** Ежедневно человек получает большое количество информации, а потому, вперед выходят информационные жанры средств массовой информации. Интервью – является таким жанром средств массовой коммуникации, который очень активно развивается в на сегодняшний день. Особенности жанра интервью дают возможность донести до массовой аудитории то, что видел и слышал опрашиваемый человек. Сведения, которые получает интервьюер в процессе общения, могут предназначаться для удовлетворения интереса массовой аудитории, а также ради профессиональных и личных целей. Изучение речи интервьюера и интервьюируемого способно помочь установить языковой образ говорящих и особенности его воспроизведения в этом жанре.

Повышение уровня методической содержательности и научной обоснованности – является одним из путей развития системы обучения будущих журналистов. На сегодняшний день существуют исследования, направленные на поиск наилучших путей обучения создания интервью. Наличие эффективных методик для обучения будущих журналистов является обязательным для обеспечения полного усвоения предмета.

**Объект исследования** является отражение интервью в образовательном процессе.

**Предметом исследования** является методика обучения интервью, реализация исследовательского интервью и аудио и видео интервью как способа обучения учащихся.

**Цель исследования:** рассмотрение и анализ вопроса реализации методов жанра интервью в образовательном процессе.

Для реализации поставленной цели, необходимо решить ряд следующих **задач:**

1. Дать определение интервью как разновидности информационных жанров. Найти место интервью в системе информационных жанров, а также указать особенности интервью как жанра.

2. Показать, каким образом отражается интервью в образовательном процессе и педагогической системе на примере исследовательского интервью и аудио и видео-интервью, а также выявить методику обучения интервью.

3. Выявить методические рекомендации обучения интервью, которые могут применять как к школьникам, так и студентам. Выяснить основные правила и условия проведения успешного интервью, а также указать композиционные особенности интервью.

**Практическая значимость** данной работы определяется разработкой методических рекомендаций, позволяющих обучать интервью как школьников, так и студентов. Рекомендации могут быть использованы в курсе лекций по методике обучения интервью. реализовать способы введения интервью в образовательный процесс.

При написании ВКР, мы использовали следующие **методы исследования**: *эмпирический метод сравнения* (при сопоставлении и анализе текстов исследовательского интервью и аудио-видео интервью), а также *методы*, исследуемые *на теоретическом уровне*: анализ, синтез и дедукция (анализ теоретических и практический работ в области методики преподавания интервью, современных требований к интервьюеру).

ВКР состоит из введения, трех глав, заключения и приложений.

**Во введении** обосновывается актуальность темы, раскрываются цель, объект, предмет и задачи, практическая значимость исследования.

**В первой главе** работы рассматриваются теоретические основы. **Указывается** место интервью в системе информационных жанров. А также дается понятие интервью и выявляются его разновидности и особенности.

**Вторая глава** посвящена непосредственно отражению интервью в образовательном процессе. А именно: методика обучения интервью, аудио и видео-интервью и исследовательское интервью как способ обучения.

**Третья глава**, на наш взгляд, носит практический характер, так как в ней даются методические рекомендации обучению интервью. А именно: основные правила проведения интервью, требования к вопросам интервью, а также композиционные особенности интервью.

**В приложениях** представлены тексты исследовательского интервью, вопросы анкетирования, и текстовый фрагмент видео-интервью.

## **Глава 1. Интервью как разновидность информационных жанров**

### **1.1. Информационные жанры в публицистике: общий обзор**

При создании какого-либо текста, перед автором встает задача выбора той жанровой структуры, которая смогла бы наиболее точно показать авторский замысел и пути достижения его целей. «Под жанром журналистского произведения принято понимать совокупность устойчивых особенностей его содержательно-тематических характеристик, типа изображаемой действительности, композиции, стилистики» [Гуревич 2004: 1].

От задумки автора не зависят особенности выбранного жанра. Ему, автору, приходится соглашаться с некоторыми особенностями при выборе жанра для своей публикации.

Система жанров газетной публицистики ни на минуту не перестает развиваться и продолжает постоянно обогащаться. Появляются новые жанры. Некоторые жанры продолжают свое развитие основываясь на старых, вбирая в себя отдельные их характеристики. На основании этого можно сказать, что некоторые жанры уходят на второй план, а на их место приходят новые разновидности текста, которые, в данный момент, наиболее приспособлены к тенденциям времени. Так происходит изменение жанров.

Развитие элементов газетной публицистики никогда не происходит стремительно. Они развиваются постепенно, на протяжении долгих лет, десятилетий, а иногда и столетий.

А.К. Бобков отмечает, что первой возникла заметка, в основу которой всегда заложен факт. После того, как появилась заметка, возникает корреспонденция, а затем уже статья. Журналисты тех времен старались показать какие-либо эпизоды из жизни, чтобы показать правильность своих выводов, а также чтобы вызвать ту или иную реакцию у читателя. Постепенно складываются формы зарисовки, чуть позже очерка, а затем и репортажа. Информационные жанры постоянно совершенствуются и

приобретают новые качества. Каждый газетный жанр, на сегодняшний день, имеет свои устойчивые признаки, характерные только ему [Бобков 2005: 7].

Обратимся к типологии и краткой характеристике жанров печатных СМИ и их электронных версий.

Как отмечает в своей работе Б.В. Стрельцов, краткость, ясность и быстрота подачи информации – характерны для информационных жанров. Заметка и репортаж призваны оперативно рассказать о некоторых подробностях только что произошедшего события и описать действующие лица. В свою очередь, «интервью – это беседа с определенным представителем по поводу события или проблемы, мнения очевидцев или участников какого-либо события» [Стрельцов 1974: 45].

Рассмотрим наиболее популярные информационные жанры. Ранее уже отмечалось, что первой возникла заметка. «Заметка – это простейшая форма оперативного сообщения, в основе которой лежит общественно значимый факт» [Ворошилов 2000: 66]. Для заметки характерны сжатость и оперативность, но в то же время она не анализирует факт или событие. Однако не каждое событие или факт могут быть заложены в основу заметки: эти факты должны быть значимы для общества и нести какую-либо важную новость.

Одним из самых старейших журнально-газетных жанров является отчёт, который возник еще в XVII веке. «Отчет – это сообщение о событии, где действие выражено в слове, к ним можно отнести собрания, конференции, съезды и т.д. Автор отчета сообщает о всех существенных подробностях собрания. Очень важную роль в отчете играет авторская позиция» [Бобков 2005: 10].

Жанр интервью постоянно используется на страницах газет и журналов. При беседе интервьюера с героями своих будущих статей, интервью выступает как метод сбора материала.

«Жанр репортажа не может быть реализован без двух важных моментов:

- эффекта наглядности (присутствия);
- эффекта соучастия (эмоциональности).

Основу жанра репортажа составляют какое-либо событие и какой-либо факт. Реализация репортажа также невозможна и без оперативности. Репортаж – это живой рассказ о каком-либо важном событии, где журналист был свидетелем или участником события от начала и до конца. Репортаж – это всегда важная тема. На сегодняшний день этот жанр все больше становится формой публицистики. В репортаже важен угол зрения автора. Репортёр стремится показать читателю картину события на всех этапах его развития от начала до завершения» [Кройчик 2000: 142].

Интервью, в переводе с английского, означат беседа. «Суть интервью – это получение мнения по какому-либо актуальному событию. Целью интервью является выяснение точки зрения и мнения вообще. Значение интервью заложено в том, что читатель может узнать авторитетное мнение, суждение по тому или иному вопросу, который представляет интерес для широкой общественности» [Грабельников 2001: 208].

Интервью состоит из вопросов журналиста и ответов собеседника на эти вопросы. В этом жанре интервьюер и собеседник равны, а потому вопросы журналиста должны быть лаконичными, чёткими, логически и стилистически отточенными.

**Таким образом,** интервью относится к тем жанрам, которые представляют общественный интерес. В начале XIX века появляются основные черты, которые способны характеризовать интервью: определённые типы вопросов, риторические и стилистические фигуры. Технический прогресс привёл к развитию теле- и радиовещания, а это поспособствовало появлению новых разновидностей этого жанра. С развитием сети Интернет, появилось интервью в системе электронных СМИ, которое следует рассматривать как подвид печатных жанровых форм.



## 1.2. Понятие «интервью». Разновидности интервью

Современной действительностью порождается всё большее количество разнообразных коммуникативных ситуаций. На сегодняшний день, наиболее яркой формой «публичной коммуникации» считается «публичный диалог» [Голанова 1996: 430]. Благодаря интервью, как одному из самых распространенных типов публичного диалога, мы можем увидеть и зафиксировать новые способы развития письменной и устной публичной речи. Значительные изменения в языковых вкусах и речевом поведении нашего современника отражаются в текстах современного интервью.

В интервью два собеседника – журналист (интервьюер) и его партнер (интервьюируемый) – участвуют в обмене информации для утоления информационного голода аудитории, чьим требованиям они должны соответствовать.

Существует такое определение интервью, как вида журналистского творчества: «Интервью – это целостный акт коммуникации, который предполагает диалог журналиста с интервьюируемым в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений, суждений, представляющих интерес для общества» [Ильиченко 2003: 50].

«Форма интервью всегда представляет собой диалог. Диалог можно рассмотреть как разновидность текста или дискурса. Деятельность интервьюера всегда непосредственно связана с общением, речевой коммуникацией в диалоге, так как журналист выступает как коммуникативная личность» [Кашкин 2000: 127]. Интервьюер, как рассказчик, говорит о себе как о равноправном участнике беседы, который владеет большим объемом информации.

Успех интервью меряется количеством и качеством информации, полученной за время его проведения. Вопросы – не цель журналистского

интервью. Разумеется, что интервью, проводится ради ответов, но ответы не появляются сами по себе, их провоцирует вопрос.

Очевидно, что все разновидности вопросов в процессе интервью тесно связываются не только с определенными задачами интервьюера, но и с его языковой личностью.

В зависимости от целей, которые преследует интервьюер, принято выделять конкретны виды интервью, как метода получения информации:

1. *Информационное интервью* – это самый распространенный вид интервью, целью которого является на сбор материалов для новостей. Информирование о событиях и фактах является целью общения в информационном [Лукина 2003: 145].

2. *Интервью-расследование* проводится с задачей глубинного изучения какого-либо события или какой-либо проблемы. Здесь вопросы являются самым важным звеном, которые «вскрывают» личность, ситуацию, способствуют «разоблачению» собеседника [Лукина 2003: 146].

3. *Интервью-портрет*, или *профессиональное интервью*, которое фокусируется на одном герое. Героем такого интервью может стать человек, который проявил себя в сфере общественной жизни и привлекает интерес широкой публики [Лукина 2003: 147].

Типичная композиция портретных интервью представляется такой системой вопросов и ответов, которые невозможно переставить местами. Предполагается, что интервьюер, в таких ситуациях, следует исключительно за ответами интервьюируемого. То есть, предполагается, что вопросы журналиста возникают спонтанно, в ходе беседы. Но, как показывает практика, журналист всегда, в процессе подготовки к интервью, устанавливает определенный круг тем, которые могут получить развитие в форме импровизированной беседы.

А.А. Грабельников различает следующие виды интервью [Грабельников 2007: 219]:

1. *Интервью-диалог* – это наиболее распространенный вид интервью. Он выражается с помощью цепочки вопросов и ответов, которые чередуются между собой.

2. *Интервью-монолог*. Текст интервью-монолога формально не расчленен. В самом начале интервью задается вопрос журналиста, который определяет тему беседы. Затем идет развернутый монолог интервьюируемого.

3. *Интервью-зарисовка* дает возможность интервьюеру не только задать вопросы, но и высказать свое мнение, прокомментировать факты, о которых идет речь в интервью, рассказать об обстановке, в которой проходила беседа, дать краткую характеристику интервьюируемому, несколькими словами создать его портрет.

4. *Интервью-анкета* представляет из себя массовую разновидность интервью, это «своеобразная заочная беседа» [Грабельников 2007: 219] с анкетизируемыми, этакий социологический опрос, который выражает мнение общества по какому-либо вопросу.

**По форме построения, вопросы интервью делятся на открытые и закрытые.**

«**Закрытые вопросы** – это такие вопросы, на которые возможен ответ «да» или «нет». Журналисты пользуются ими, когда нужно получить однозначную, прямую реакцию собеседника. Например, подтвердить или опровергнуть факт» [Мицыч 1987: 45].

«На **вопросы открытого типа** невозможно ответить только «да» или только «нет». У них более общий характер и они всегда требуют развернутый ответ. В таких вопросах регулярно используются такие вопросительные слова: «что», «кто», «как», «сколько», «почему» [Мицыч 1987: 46].

В своих трудах С.А. Белановский разделяет **некоторые виды интервью** [Белановский 2001: 46-49]:

Формализованное интервью предназначается для получения однотипной информации от каждого интервьюируемого. Ответы всех

опрошенных должны поддаваться сравнения и классификации. Таким образом, сходство и различия в ответах должны отображать сходства и различия между опрошенными людьми.

Формализованное интервью используется для:

- выяснения предпочтений потребителей;
- выявления стереотипов поведения;
- определения мнения общества по широкой области вопросов;
- получения иных целей, включающих в себя получение количественной информации.

Формализованное интервью может применяться:

- однократно со многими респондентами;
- неоднократно, с одними и теми же респондентами (для определения стабильности или изменчивости их установок, ценностей, привычек, образа жизни и т.п.).

Неформализованные интервью вбирает в себя большой круг видов опроса, не отвечающих требованиям сопоставимости ответов и ответов. Интервьюируемый здесь не является статистической единицей.

Содержание интервью меняется от опрашиваемого к опрашиваемому: каждый респондент сообщает такую информацию или мнение, которые он может предоставить наилучшим образом. В подобных ситуациях использование заранее подготовленного списка вопросов бывает только помехой. Именно поэтому подготовленные вопросники в неформализованном интервью могут вообще не использоваться.

Полуформализованное интервью содержит в себе и открытые, и закрытые вопросы.

Направленное и ненаправленное интервью.

При проведении направленного интервью интервьюер решает:

- какие вопросы будут задаваться;
- какие темы будут освещаться;

- какой будет последовательность тем и вопросов;
- планирует всю процедуру интервью в целом.

При ненаправленном интервью почти всё или всё из этих решений принимает сам респондент.

Таким образом можно говорить о том, что ненаправленное интервью всегда будет является неформализованным. А направленное интервью может оказаться как формализованным, так и неформализованным.

#### Интервью с точной и с неточной формулировкой вопроса.

Первый тип характеризуется тем, что интервьюер задает вопросы:

- так, как они записаны;
- в том порядке, в каком они записаны.

В интервью с неточной формулировкой вопросы формулируются по усмотрению журналиста, который подбирает их индивидуально, к каждому респонденту, в зависимости от хода интервью. Вместо подготовленных заранее вопросников, в таком интервью зачастую используется некоторый перечень информации, которую нужно получить от каждого респондента.

Вопросы, подготовленные заранее, и вопросы, заданные по ходу интервью. Здесь противопоставляются вопросы:

- которые заранее продуманы интервьюером;
- которые задаются непосредственно в ходе интервью в виде оперативной реакции на высказывания респондента.

В большинстве интервью имеют место как одни, так и другие вопросы, но их удельный вес может существенно различаться. Могут проводиться такие интервью, которые вообще не имеют заранее подготовленных вопросов.

**В целом, устное интервью** предполагает получение такого материала, в котором будет отображать спонтанные ответы опрашиваемых людей. В ходе такого интервью происходит личный контакт журналиста с респондентом. В свою очередь интервьюер может увидеть как реагирует опрашиваемый на те или иные заданные вопросы, что тоже может оказывать

влияние на ход интервью. На устный ответ респондент всегда расходует меньше времени, чем на письменный.

*Письменное интервью*, в свою очередь, представляет опрос с заранее подготовленными вопросами. Журналист никак не контактирует с респондентом и никаким образом не может увидеть его реакцию на вопросы.

В свою очередь, письменное интервью исключает вариативность. А в устном интервью могут быть заданы вопросы не предусмотренные заранее.

**Таким образом**, в данной работе принято следующее определение интервью: «Интервью – это такой акт коммуникации, который предполагает общение в форме диалога интервьюера с респондентом, в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов, где целью является получение информации, мнения, суждения, которые представляют интерес для общества» [Мельник 2006: 23].

### 1.3. Особенности речевой и коммуникативной организации интервью

В журналистике понятие «интервью» используется в двух значениях:

- 1) как метод сбора некой информации, на основе которой создаются другие журналистские материалы;
- 2) как самостоятельный жанр журналистики.

*Интервью* – это беседа, проводимая по конкретному плану, где предполагается прямой контакт интервьюера с опрашиваемым, и где запись ответов производится либо самим интервьюером, либо механически [Малько 2015: 43].

Основные достоинства интервью [Елецкая 2011: 75]:

- непринужденная обстановка для общения, повышающая искренность ответов;
- возникновение доверительности и серьезного отношения информанта к самой беседе;
- возможность корректировки последовательности вопросов и плана беседы, по ходу ее развития;
- возможность получения информации о некоторых мнениях, мотивах, и представлениях опрашиваемого;
- возможность наблюдения психологических реакций опрашиваемого позволяет следить за степенью искренности при ответах;
- форма беседы позволяет уточнить и разъяснить вопросы;
- личный контакт журналиста с респондентом позволяет обеспечить максимально полную реализацию вопросника;
- повышение надежности собранных данных за счет уменьшения числа не ответивших респондентов и ошибок, возникших при заполнении опросников;
- рост содержательности и глубины собираемой информации;

- журналист может менять формулировку вопроса при переходе от одной темы к другой, не меняя его направленности.

Основные недостатки интервью [Елецкая 2011: 89]:

- существенные затраты времени и малая оперативность;
- неподходящая обстановка для беседы может не располагать интервьюируемого к искренности и откровенности;
- трудности, связанные с подготовкой интервьюеров – требуются специальная подготовка и тренинг;
- интервью не подходит для использования в ситуациях краткосрочных массовых опросов;
- нетерпеливость респондентов, с трудом отвечающих на большое количество вопросов, даже если их всего 20-25;
- интервьюер не должен состоять в эмоциональной связи с респондентом, потому как эмоциональную отстраненность сохранять трудно.

В своей работе Ромашкина Т.А. выявляет следующую процедуру проведения успешного интервью: [Ромашкина 2014: 17]:

- 1) Необходимо точно выбрать респондента, как объекта для исследования;
- 2) Необходимо точно определить такое место и время проведения интервью, которое максимально будет соответствовать целям и задачам исследования;
- 3) Необходима полная и корректная запись ответов в ходе интервью;
- 4) Необходимо точное оформление материалов, полученных в ходе проведения интервью.

Также Ромашкина Т.А. выделяет наиболее успешные области применения интервью. Такими областями могут быть[Ромашкина 2014: 36]:

- какие-либо качественные исследования;
- некоторые опросы экспертов;



- опросы по телефону;
- выборочные беседы в анкетировании.

Порой проведение интервью может занять длительное время, что далеко не всегда сказывается позитивно на результатах опроса. Например, на результатах интервью всегда сказывается усталость от беседы как интервьюера, так и самого респондента.

Интервью позволяет оперативно собрать востребованную информацию только при наличии хорошо сформированной опросной сетки.

В профессионально удачном интервью респондент выступает не как «подопытный» индивид, а как равноправный интервьюеру собеседник, «добытчик» некоего знания о социальной реальности.

Н.В. Панина в своей работе выделяет следующие правила построения удачных вопросов интервью [Панина 1998: 205]:

<b>Сжатость</b>	Вопрос должен быть сформулирован максимально коротко и просто – без лишних слов, оборотов речи и объяснений.
<b>Однозначность</b>	Вопрос должен быть сформулирован максимально коротко и просто – без лишних слов, оборотов речи и объяснений.
<b>Определенность понятий</b>	Сформулированный вопрос должен быть использован для определения однозначных терминов и понятий или должен предварительно разъяснять их.
<b>Конкретность</b>	Вопрос должен быть конкретным, включающим в себя разъяснение и/или доформулировку.
<b>Отсутствие претенциозности</b>	Вопрос должен быть сформулирован без претензии на очевидность ответа и без подчеркивания превосходства интервьюера.

**Таким образом,** можно говорить о том, что **успех интервью,** во многом, зависит [Белановский 2001: 105]:

- от качества общения;
- от качества контакта между интервьюером и интервьюируемым;
- от уровня взаимопонимания;
- от степени готовности респондента в помощи интервьюеру.

Вопросы профессионально удачного интервью – это не просто инструмент для получения информации:

- вопросы выражают концептуальное значение;
- вопросы представляют собой этап перехода от возможно истинного знания к действительно истинному знанию [Васильева 2014: 16].

## **Глава 2. Отражение интервью в образовательном процессе**

### **2.1. Методика обучения интервью**

Повышение уровня научной обоснованности и методической содержательности является одним из путей развития образования в области будущих журналистов. В настоящее время существуют такие исследования, которые направляются на совершенствование самых оптимальных возможностей обучения созданию интервью [Кодола 2011: 138].

Для того, что усвоение предмета произошло максимально глубоко, необходимо наличие некой методики обучения будущих журналистов, обладающей высокой эффективностью.

В своей работе Н.В. Кодола выявляет следующие основные положения методики преподавания жанра интервью [Кодола 2011: 140]:

1. Невозможно осмыслить такое центральное понятие как «жанр интервью» без самого определения интервью как жанра и без осознания его категориальных признаков.

2. Изучение жанра интервью неразрывно связано с такими понятиями, как: «монолог», «диалог», «беседа», «вопрос», «ответ», «слушание», «речевое поведение собеседников», «коммуникативная задача», «коммуникативная обстановка» и т.п.

3. Формирование профессионально значимых коммуникативных и речевых качеств при изучении жанра интервью обеспечивается специальными аналитическими заданиями, которые способствуют самостоятельной наработке навыков создания текстов в жанре интервью.

**На занятиях по развитию профессиональных навыков необходимо использовать:**

- Задания аналитико-конструктивного характера;
- Задания коммуникативного характера;
- Риторические задачи и игры.

Программа обучения может меняться, приспосабливаться к тем условиям, в которых происходит становление и формирование профессиональных навыков будущих журналистов, в зависимости от характера учебного заведения и его учебного плана. Но, в любом случае, программа обучения должна содержать в себе такие разделы, в которых интервью будет рассматриваться в двух аспектах:

- 1) Интервью, как речевой жанр;
- 2) Интервью, как текст.

О.А. Кадочникова в своей работе отмечает, что выполнение заданий, которые способствуют формированию профессионально значимых коммуникативно-речевых умений, является основным методом обучения учащихся основам создания интервью [Кадочникова 2010: 98].

Обеспечение понимания учащимися специфики жанра интервью, норм и правил, а также требований обеспечивают:

- Виды приобретенных знаний;
- Последовательность их предъявления;
- Использование подходящего дидактического материала;
- Использование подходящих средств наглядности, которые отражают речевое поведение интервьюера в ситуации проведения интервью.

Н.В. Кодола в своей работе выделяет несколько этапов формирования профессионально значимых коммуникативно-речевых умений [Кодола 2011: 152]:

<b>Первый этап</b>	<p>На этом этапе формируются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• умения, связанные с анализом интервью;</li> <li>• представления об особенностях интервью;</li> <li>• знания о категориальных признаках интервью;</li> <li>• представление о характере вопросов;</li> <li>• навыки использования языковых и речевых средств;</li> <li>• осознание особенностей интервью как текста.</li> </ul>
--------------------	--

	<p>На этом же этапе анализируется такая коммуникативная ситуация, которая определяет цель и стратегию в процессе создания интервью.</p> <p>Учащиеся овладевают такими навыками аналитико-коммуникативного характера, на основе которых формируются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• общекоммуникативные умения;</li> <li>• специальные умения.</li> </ul>
<b>Второй этап</b>	<p>На этом этапе формируется умение самостоятельно создавать фрагменты интервью:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• заголовок;</li> <li>• лид;</li> <li>• комплекс вопросов;</li> <li>• концовку;</li> <li>• переходы.</li> </ul> <p>Эти умения основываются на:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• понимании коммуникативной цели;</li> <li>• осознании задач интервьюера;</li> <li>• способности реализовать информативность текста интервью;</li> <li>• способности реализовать целостность текста интервью;</li> <li>• умении пользоваться речевыми клише.</li> </ul> <p>На этом этапе выполняются такие задания, которые базируются на написании небольших фрагментов текстов интервью:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• трансформирование текста;</li> <li>• дополнение текста;</li> <li>• восстановление текста;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• составление текста по определенным моделям;</li> <li>• составление текста по определенному плану;</li> <li>• составление текста по определенной композиционной схеме.</li> </ul>
<b>Третий этап</b>	<p>На этом этапе формируются умения создания текста интервью на основе соответствующей подготовительной работы. На этом же этапе не следует прибегать к таким коммуникативным ситуациям, которые могут вызвать определенные трудности при работе с текстом.</p> <p>На этом этапе важно учитывать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• индивидуальные особенности студентов;</li> <li>• круг интересов студентов;</li> <li>• характер интервью;</li> <li>• характер респондента, у которого необходимо взять интервью.</li> </ul>
<b>Четвертый этап</b>	<p>На этом этапе обучающиеся могут самостоятельно отобрать и проанализировать тексты интервью, а также создать собственные.</p>

Каждый этап формирования профессионально значимых коммуникативно-речевых умений требует от интервьюера решения таких задач, которые связаны с:

- созданием текста вообще;
- учетом категориальных признаков интервью;
- пониманием жанровых особенностей интервью;
- осознанием текстовых особенностей интервью.

С.Л. Ангулов выделяет следующие этапы методики совершенствования навыков интервьюера [Ангулов 2000: 43]:

<b>Инвенции</b>	<p>На этом этапе формируются такие умения, как:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение формулировки целей интервью;</li> <li>• умение выбрать вид интервью;</li> <li>• умение собирать необходимый материал об авторе и содержании будущей беседы;</li> <li>• умение пользоваться отобранным материалом.</li> </ul>
<b>Диспозиции</b>	<p>На этом этапе формируются такие умения, как:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение перегруппировать микротемы;</li> <li>• умение выстроить микротемы в содержательный и структурный ряд;</li> <li>• умение систематизации материала;</li> <li>• умение определять количество, последовательность и связь отдельных компонентов интервью;</li> <li>• умение формулировать вопросы для реализации замысла;</li> <li>• умение расположить вопросы в логичном порядке;</li> <li>• умение адекватно реагировать на различные ситуации, которые могут возникнуть в ходе беседы.</li> <li>• умение придать интервью форму (выделить вступление, основную часть, заключение).</li> </ul>
<b>Элокуции</b>	<p>На этом этапе формируются такие умения, как:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• умение использовать в интервью языковые и речевые средства для решения поставленных задач.</li> <li>• умение редактировать текст интервью.</li> </ul>

**Таким образом,** можно сделать небольшой вывод о том, что в процессе обучения – как при теоретическом, так и при практическом – необходимо:

1. постоянно сопоставлять умения технологии и мастерства с профессиональной этикой и нормами работы журналиста;
2. приучаться видеть творческие особенности интервью как индивидуально-коллективного;
3. приучаться видеть дополнительные возможности для творчества в плане взаимоподдержки и коррекции.



## 2.2. Исследовательское интервью

Для многих респондентов учебная обстановка является наиболее привычной, естественной, а потому и располагающей к продуктивному и эффективному обмену мнениями. Поэтому исследовательское интервью может проводиться в образовательном учреждении – это будет наиболее продуктивно при изучении учебных коллективов. Существенным преимуществом учебной обстановки заключается в том, что вокруг респондентов находятся такие предметы, которые активизируют их сознание в нужном интервьюеру направлении, могут подсказать или напомнить что-нибудь важное.

В работе С. Квале **исследовательское интервью** рассматривается как качественный метод, как беседа. В этой же работе выделяется три контекста своеобразного понимания беседы [Квале 2003: 103-105]:

*Во-первых*, исследовательское интервью может трактоваться как некая специфическая профессиональная разговорная **техника, которая позволяет сконструировать знание** в процессе взаимодействия интервьюера с интервьюируемым.

*Во-вторых*, по типологии С. Квале, беседа может рассматриваться как **основная форма познания**.

*В-третьих*, окружающая человеческая реальность может отождествляться с людьми, которые ведут между собой диалог. В контексте данного подхода, **беседа может включать в себя не только конкретный эмпирический метод, но и основную форму конституирования знания**.

Рассмотрим пример исследовательского интервью – **Приложение 1**.

Темой данного интервью является обучение русскоязычных студентов в британском Университете Де Монфорт.

Цель интервью выяснить условия обучения, узнать плюсы и минусы, а также некоторые нюансы, основываясь на опыт русскоязычного студента.

Данное интервью является исследовательским потому что в результате взаимодействия интервьюера и интервьюируемого конструируется новое знание:

- как можно поступить русскоязычным студентам в британский университет:

***И: Как ты поступал в университет? Расскажи о своем опыте.***

*Р: После сдачи DATE-теста необходимо также было заполнить заявку-анкету, к которой приложить переводы школьного аттестата, диплома о высшем образовании (для поступающих в магистратуру в DMU), рекомендационное и мотивационное письмо. Получив положительный ответ от Де Монтфорта (unconditional letter), у меня были все документы для подачи на визу.*

- Дается развернутый ответ на вопрос, какие трудности могут ожидать при поступлении в британский университет. Этот вопрос будет актуален для других студентов, желающих обучаться в университете Де Монфорт.

***И: Столкнулся ли ты с какими-либо сложностями при поступлении в университет как иностранный студент? Если да, то расскажи нам об этом немного подробнее.***

*Р: Сложности и проблемы, которые могут возникнуть при поступлении в университет в Англии – это в основном вопросы, связанные со временем. Мой совет всем поступающим – делать все своевременно, и по возможности заранее. Курс, на который я поступал начинался в сентябре, но мне необходимо было пройти предсместровые курсы, начинающиеся в августе. В связи с тем, что виза Tier 4 делается месяц, у меня были серьезные опасения, что я не успею получить визу и попасть на курсы, без которых я не смогу быть зачислен на магистерскую программу. Я решил делать две визы. Первым делом, для того чтобы успеть на предсместровые курсы, я подал документы на мультивизу (на мультивизу можно подать документы в срочном порядке, но она не подходит для обучения на магистратуре). Эту визу я получил менее чем за две недели и*

отправился на курсы. После окончания предсезонных курсов в начале сентября, у меня оставалось менее двадцати дней до начала основного обучения на магистра. Я сразу же подал документы на визу Tier 4. К сожалению, я немного опоздал (на 10 дней) к началу учебного года, но, тем не менее, всё закончилось благополучно. Надо заметить, что Университет Де Монтфорт всячески содействовал в получении визы, например, предоставил мне письмо для визовых офицеров, о том, что меня примут на курс, несмотря на возможную задержку с получением визы.

- О наличии или отсутствии стипендии:

***И: Предоставляет ли Университет Де Монтфорт стипендии для иностранных студентов? Знаешь ли ты студентов, которые получили стипендии на обучение?***

*Р: Университет предоставляет стипендии как для выпускников бакалавриата при продолжении учебы на магистратуре, так и для международных студентов в зависимости от их успеваемости на их предыдущем месте учебы. К сожалению, я не знаком со студентами, получившими стипендии на обучение. Но на сайте университета подробно расписано как можно получить стипендию, и какие необходимые требования для этого.*

- И др.

Процесс обучения также может рассматриваться как своеобразный диалог, беседа, между субъектами обучения. В системе педагогического общения, диалог может рассматриваться как особый тип взаимоотношений между студентом или студентами и преподавателем.

Такой тип взаимоотношений будет основываться на:

- личностном равенстве между преподавателем и обучающимися;
- согласии и сотрудничестве между преподавателем и обучающимися;
- субъектно-субъектных отношениях;
- учете потребностей обеих сторон общения.

В своей работе Е.Н. Чеснокова дает следующее понятие диалога:

«Диалог – это центральное понятие концепции проблемно-постановочного образования. Диалог на сегодняшний день может рассматриваться как своеобразная образовательная технология» [Чеснокова 2005: 103].

В.И. Добреньков в своей работе пишет, что интервью активно используется в учебном процессе. При этом, в таком интервью в роли респондентов и интервьюеров может оказаться как студент, так и преподаватель [Добреньков 2004: 208].

Как разговорная техника, интервью может проявляться здесь во всем своем большом разнообразии:

- для контроля и оценки знаний студентов на семинарских занятиях,
- для контроля и оценки знаний студентов на зачетах и экзаменах;
- для приобретения, уточнения и расширения знаний студентами;
- и др.

В зависимости от преследуемых задач, могут применяться различные виды интервью. Например:

- Контроль знаний студентов в форме тестов – это стандартизированное исследовательское интервью с ограниченным вариантом ответов, которое позволяет выявить уровень усвоенных знаний по конкретной дисциплине.
- Противоположным вариантом является свободное интервью, в котором постоянно меняются роли в процессе групповой дискуссии. Одной из задач такого интервью является приобретение, уточнение и расширение знаний студентов.

В своей работе Знайкина К.Л. выделяет **главные индикаторы присутствия интервью в процессе обучения** [Знайкина 2010: 62]:

- наличие системы «вопрос-ответ»;
- возможность определения педагогической цели такого общения.

**Таким образом,** обмен информацией между преподавателем и студентами в форме беседы, интервью, является способом передачи научного знания.

Устный опрос, беседа, интервью применяются только в таком случае, в котором задействован небольшой круг людей. Если возникает необходимость за короткий промежуток времени при большом количестве людей, интервьюер прибегает к использованию письменного опроса – анкетирования.

В своей работе Г.Х. Валеев дает следующее определение анкеты: «**Анкета** – это такое методическое средство, служащее для получения первичной информации, основывающееся на вербальной коммуникации» [Валеев 2002: 58].

Анкета представляет собой набор вопросов, где каждый вопрос логично связан с центральной задачей поставленного исследования.

**Анкетер** – это человек, проводящее собой сбор материала с помощью анкетирования.

Г.Х. Валеев раскрывает понятие анкетирования следующим образом. **Анкетирование** – это такой метод сбора первичного материала в форме письменного опроса, где задействовано большое количество респондентов. Цель сбора информации с помощью анкеты – выяснение отношения респондентов к тем или иным явлениям [Валеев 2002: 58].

С помощью анкеты появляется возможность охватить достаточно широкий круг респондентов, что способствует развитию возможности сводить к минимуму нетипичные проявления. При проведении анкетирования совсем не обязателен личный контакт с респондентами. Существенным плюсом анкетирования является удобство подвержения анкет математической обработке.

Достоверность данных анкет будет повышаться в зависимости от количества опрошенных респондентов. Анкетные данные тем достовернее, чем больше лиц опрошено.

А.А. Кыверялг выделяет следующие типичные недостатки метода анкетирования [Кыверялг 1980: 201]:

1. Неточность в формулировке вопросов, порождающая возникновение ошибочных ответов.
2. Обилие вопросов, сходных между собой по содержанию, и вызывающее недоумение и механические ответы без серьезных раздумий.
3. Слабая мотивировка важности анкеты способствует попытке угадывания тех ответов, которые нужны исследователю.
4. Плохая организация проведения опроса может привести к шуму, консультациям, и списыванию респондентов друг у друга.

Рассмотрим пример анкетирования – **Приложение 2.**

Эта анкета является исследованием, так как целью данной анкеты является опрос первокурсников, почему они выбрали журналистскую специальность, кто из известных журналистов является примером для подражания, где бы студенты хотели работать после окончания университета и др.

Тема данной анкеты – это поступление первокурсников в ВУЗы на журналистские специальности.

По данным сайта Wos.ru, в результате было опрошено 100 первокурсников журфака МГУ.

Минус данной анкеты – сложные вопросы, на которые большинство опрошиваемых студентов не смогли дать ответ:

*Считаете ли вы изменения, которые произошли в отрасли за последние три года, существенными? Могут ли эти изменения повлиять на вашу дальнейшую работу? Вы считаете их позитивными или негативными?*

### 2.3. Аудио и видео интервью в образовательном процессе

Аудио и/или видеозаписи интервью могут быть использованы в образовательном процессе в качестве учебного материала. Так, например, при обучении филологическим дисциплинам становится возможным использование записей аудио и видеозаписей интервью с участием известных ученых-филологов, сделавших вклад в развитие науки. При использовании аудио и/или видеозаписей интервью исключается возможность студентов задавать интересующие их вопросы респонденту.

В своей работе Н.В. Кодола говорит о том, что такой необычный способ подачи материала в образовательном процессе может решать следующие задачи [Кодола 2011: 160]:

**Во-первых**, может быть решена задача «оживления» филологического знания с помощью непосредственного восприятия речи известных ученых-филологов без каких-либо посторонних интерпретаций извне.

**Во-вторых**, может быть решена задача повышения интереса студентов к предмету за счет новизны и необычности способа предоставления материала. Также повышение интереса может происходить за счет эмоционального «заражения» студентов от респондентов, выражения их отношения к представленным и озвученным проблемам.

Созданные в условиях данной технологии интервью, могут включать в себя некоторые проблемные вопросы современной филологии. В свою очередь, это позволяет получить различные и даже противоположные ответы респондентов на них. Такие условия способствуют формированию у студентов познавательной мотивации к изучаемому предмету.

**Таким образом**, с помощью использования данного типа интервью в образовательном процессе, мы можем получить такие новые знания, которые в дальнейшем могут быть переданы обучающимся через прослушивание ими аудиозаписей ответов респондентов.

В своей работе К.Л. Знайкина выделяет **ряд преимуществ использования аудиозаписей интервью в качестве учебного материала в образовательном процессе** [Знайкина 2010: 23]:

**1. В ходе прослушивания, по законам сохранения информации, материал лучше запоминается в силу:**

- а) включения материала в деятельность;
- б) новизны формы подачи материала;
- в) работы с информацией, происходящей непосредственно после прослушивания/ просмотра записи.

**2. Информация, получаемая в ходе интервью несет:**

- а) знание о предмете;
- б) отношение к предмету.

Это способствует повышению учебной мотивации обучающихся и познавательного интереса вообще.

**Таким образом**, мы можем увидеть, что интервью может являться педагогическим инструментом. Интервью может быть использовано в обучении как своеобразный способ получения и передачи новых знаний. На основании использования видео и аудиозаписей интервью, могут существовать такие технологии обучения филологическим дисциплинам, которые позволяют расширить методическое обеспечение курса для повышения качества педагогического образования.

Рассмотрим в качестве примера **Приложение 3**. Это видеозапись интервью с заведующим кафедрой русского языка Вологодского Государственного Университета Г.В. Судаковым.

Данная видеозапись может быть представлена на занятии по культуре речи в качестве примера для дискуссии.

Темой данного интервью является состояние русского языка на сегодняшний момент.

Цель интервью – наглядно показать уровень грамотности населения на примере тотального диктанта.



Данное интервью будет актуально для учебного курса по культуре речи, так как поднимает актуальный вопрос о состоянии русского языка на сегодняшний день. В ходе обсуждения данной темы на занятии, есть возможность получить различные ответы, возможно даже противоположные мнения по поднятому в интервью вопросу.

В интервью приводятся статистические данные, а также отношение интервьюируемого к приведенной статистике, что может выступить стимулом к развитию познавательного интереса.

Интервьюер задает вопрос: «Как приблизить речь к литературной?». Данный вопрос также может стать дискуссионным. Учащиеся могут написать сочинение на приведенную тему и выразить свое мнение.

## Глава 3. Методические рекомендации обучения интервью

### 3.1. Основные правила и условия проведения интервью

В значительной степени, эффективность проведения беседы определяется той обстановкой, в которой она проводится. Прежде всего, место, предназначенное для проведения интервью, должно быть уединенным. Беседа может существенно сократиться или вообще прерваться при наличии помех. Например, если в помещение, где проводится интервью, кто-то постоянно входит и выходит, обращается к респонденту с вопросами, раздаются телефонные звонки и возникают другие отвлекающие дела.

Поэтому, договариваясь заранее о встрече, интервьюер с самого начала должен оговорить этот момент – беседа желательна наедине. Присутствие посторонних людей в помещении, где проводится интервью, существенно снижает эффективность беседы и зачастую порождает искажающий эффект.

В своей работе З.В. Никонова говорит о времени проведения интервью и описывает следующие правила проведения успешного интервью [Никонова 2012: 32].

1. Перед тем, как начать проводить интервью, нужно договориться с респондентом о том количестве времени, которое он может потратить на проведение беседы.

2. Если интервью назначается заранее, очень важно, чтобы время проведения интервью, по возможности, наиболее удачно вписывалось в распорядок дня интервьюируемого и не слишком сильно его нарушало.

3. Интервью может получиться скомканным, если респондент будет куда-то торопиться. Поэтому назначить время нужно таким образом, чтобы избежать спешки. Данное правило также относится и к самому интервьюеру, который тоже не должен никуда торопиться.

4. Очень важное условие для проведения успешного интервью – респондент не должен быть слишком уставшим. Так как интервьюируемый

дает согласие на интервью добровольно, по своему желанию, то окончательный выбор времени проведения интервью остается за ним.

5. Глубина раскрытия и качество ответов существенно снижаются, если интервью совмещается с какими-то посторонними занятиями респондента. Такими занятиями могут быть домашняя работа, производственная деятельность, и т.д. Поэтому интервью ни в ком случае не должно совмещаться с какими-либо иными занятиями респондента.

В своей работе Никонова З.В. говорит о *трех способах записи интервью* [Никонова 2012: 45]:

1. Магнитная звукозапись;
2. Запись от руки в процессе интервьюирования;
3. Запись по памяти.

<b>Магнитная звукозапись</b>	<p>Данный способ записи интервью является наилучшим, если интервьюируемый не возражает против использования диктофона.</p> <p><b>При использовании диктофона</b>, интервьюер должен:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• привыкнуть к нему так, чтобы забыть о том, что устройство записывает интервью (нервозность опрашивающего передается респонденту);</li><li>• разбираться в технике использования диктофона (путаница в проводах и кнопках воспринимается интервьюируемым как несобранность);</li><li>• перед проведением интервью проверить работоспособность диктофона и его готовность к работе;</li><li>• во время проведения интервью необходимо следить за работой диктофона с целью внезапной остановки движения пленки.</li></ul>
------------------------------	--

<p><b>Запись от руки</b></p>	<p>Используя данный метод, интервьюер может получить наиболее полные тексты интервью без каких-либо существенных искажений.</p> <p>При использовании этого метода записи интервью, необходимо помнить о следующих правилах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Записывая ход беседы интервью, журналист не должен стремиться к полному воспроизведению фраз респондента. Если записывать одну фразу целиком, можно пропустить несколько следующих.</li> <li>• Делая записи, следует фиксировать не фразы, а ключевые слова, обрывки фраз. Опираясь на них и собственную память интервьюер сможет восстановить ответы респондента.</li> <li>• Расшифровка записей должна следовать сразу же после проведения интервью, чтобы его детали не стерлись из памяти интервьюера.</li> </ul> <p><u>Основной недостаток данного метода заключается</u> в том, что отсутствует возможность подключить помощников на стадии обработки текста интервью. Записи, которые были сделаны интервьюером, могут быть расшифрованы только тем, кто проводил интервью.</p>
<p><b>Запись по памяти</b></p>	<p>Данный вид записи используется только в том случае, если от респондента поступил категорический запрет на какие-либо формы записи интервью.</p> <p>Высокая трудоемкость восстановления текста интервью по памяти может быть существенно сокращена с помощью диктовки на диктофон сразу же после окончания проведения интервью.</p>

Чтобы развить память, для дальнейшего успешного проведения интервью без каких-либо средств записи, есть **несколько упражнений.**

Самое доступное – это решать математические примеры. Благодаря решению арифметических примеров мы учимся быстро думать и анализировать.

Также можно использовать **упражнение на запоминание слов**. В течение двух минут постарайтесь запомнить как можно больше записанных ниже слов. Затем запишите все слова, которые вспомните, и сосчитайте.

приятель   слухи   часы   храп  
буря   пара   ребенок   укрытие  
место   нота   эпоха   кирпич  
спина   росток   недостаток  
обморок   лестница   бодрость  
английский   меч   шкаф   капля  
овощи   птичка   пример   лопух  
все   спираль   одежда   подготовка

Если делать это упражнение регулярно, периодически меняя слова, можно заметить, что с каждым разом мы запоминаем все больше и больше слов.

В своей работе А.А. Грибачева отмечает, что необходимость обеспечения максимально полного и наиболее точного донесения смысла сообщений от интервьюера к респонденту и обратно, является критерий **выбора языка и синтаксиса вопросника** [Грибачева 2000: 23].

1. Язык журналиста должен соответствовать общему словарю респондента.

2. Необходимость расширения словаря возникает только в том случае, когда общий язык интервьюера и интервьюируемого оказывается недостаточным для обсуждения темы интервью.

3. Расширение словарного запаса интервьюера вовсе не означает, что он должен пытаться сделать свою речь похожей на речь респондента. Такие попытки, в большинстве случаев, ведут к негативным последствиям. Например, имитация речи интервьюируемого может серьезно обидеть респондента, так как ее причины могут быть неправильно истолкованы.

### 3.2. Требования к вопросам интервью

Жанр интервью ранее считался «сухим» и приспособленным исключительно для сообщения каких-либо официальных новостей. На сегодняшний день жанр интервью обрел публицистическую страстность, в какой-то степени стал «проблемным» жанром, жанром глубоких раздумий, требующим развитого литературного мастерства.

Система вопросов и ответов составляет основную содержательную часть интервью. Композиция данной системы зависит от:

- превалирования в ней событийного или описательного начала в фиксируемой информации;
- от смысловой связи вопросов.

Существует множество классификаций вопросов для интервью. М.И. Шостак в своей работе дает *следующую классификацию вопросов*, которая называется «**двучленная дифференциация вопросов**» [Шостак 2001: 118]:

- Вопросы с завершенным концом.

Задача: получение быстрого и точного ответа.

- Вопросы с незавершенным концом.

Задача: обеспечение возможности собеседнику тщательно оформить ответ.

Опираясь на работу В. Аграновского, мы можем вычленить некоторые советы, касающиеся реализации вопросов интервью [Аграновский 1999: 89]:

1. Вопросы, которые задаются респонденту, должны быть максимально краткими, точными, но в то же время конкретными.

2. Во время проведения беседы, интервьюер должен внимательно выслушать все, что респондент говорит по озвученному вопросу. И только потом перейти к следующему вопросу или к уточнению некоторых моментов, ранее затронутых, но так и не раскрытых до конца.

3. Интервьюер должен выяснить точку зрения интервьюируемого, но ни в коем случае не навязывать свою.

В своей работе Г. Кузнецов выделяет следующие этапы в подготовке вопроса [Кузнецов 2000: 134]:

1. Необходимо иметь прекрасное общее знание будущего предмета обсуждения интервью.
2. Необходимо формулировать вопрос так, чтобы респондент не смог уклониться от ответа.
3. Необходимо составить первый вопрос интервью так, чтобы респондент оказался сразу же втянут в ход беседы.
4. Необходимо предвидеть некоторые возможные ответы респондента и сформировать следующие вопросы, основываясь на них.

На сегодняшний день широко распространена ошибка интервьюеров, связанная с подготовкой и формулировкой вопросов. Опираясь на анализ современных интервью, мы можем увидеть, что некоторые интервьюеры, задавая одни и те же стандартные вопросы (по типу *«Что вам нравится?»*, *«Что не нравится?»*, *«Над чем сейчас работаете?»*, *«Расскажите что-нибудь о...»*, *«Что больше всего запомнилось?»*, *«Что вы цените в искусстве?»* и т.п.), полагают, что такой набор, выученный ими раз и навсегда, позволяет обращаться к любому человеку.

В своей работе Н.В. Кодола отмечает, что коммуникативная точность, уместность и целесообразность высказываний, доступность речи являются одним из условий состав составляющих успешное. Сформулировать вопросы интервью необходимо так, чтобы они были максимально просты, точны и понятны собеседнику.

**Опираясь на научные труды Н.В. Кодолы, мы можем выявить основные требования к вопросам интервью [Кодола 2011: 170]:**

- Интервьюеру необходимо учитывать уровень знаний интервьюируемого.
- Термины, которые используются в вопросах должны быть понятны респонденту.

- Интервьюер должен переформулировать вопрос и разъяснить его, если респонденту остались неясны какие-либо термины.
- Интервьюеру не обязательно использовать профессиональный или разговорный сленг для того, чтобы найти общий язык с респондентом.
- Интервьюеру не нужно задавать несколько вопросов подряд.
- Если вопрос состоит из нескольких частей, необходимо задать каждую часть по очереди только после того, как респондент завершил свой ответ.
- Важно учесть то, чтобы вопросы были максимально уместны. Составляя вопросы для интервью, интервьюер должен учесть биографические данные, характер собеседника, место и время проведения интервью, контекст, обсуждаемую тему, а также соответствие поставленным целям.

В своей работе Васильева Л.А., поднимает следующие **тенденции вопросов интервью** [Васильева 2003: 63]:

- Важным условием проведения интервью является умение грамотно формулировать вопрос [Васильева 2003: 63].
- Интервьюер может получить неудачный ответ, если вопросы плохо продуманны или неудачно сформулированы.
- Неудобные вопросы для собеседника необходимо тщательно подготовить, продумать их вариации и корректную формулировку.
- Психологическая подготовка интервьюера нужна для создания определенной атмосферы во время разговора.
- Интервьюер не должен забывать о том, что задача интервью – это получить ответ от собеседника, а не возможность блеснуть эрудицией. Необходимо уметь контролировать желание высказываться самому .

Опираясь на работу С. Муратова [Муратов 2003: 142], можно рассмотреть некоторые **требования к формулировкам вопросов для интервью**.



- Задаваемый вопрос должен быть интересен как собеседнику, так и аудитории.
- Вопрос должен быть максимально ясным и кратким.
- Собеседнику должен быть понятен вопрос.
- Вопрос должен быть сформулирован на языке собеседника.
- Вопрос не должен допускать односложных ответов.
- Вопрос, который допускает односложные ответы, уместен только при условии того, что журналист хочет, чтобы респондент вынес решающее суждение, подытожил мысль, а также подтвердил какое-либо мнение.

Существуют разные упражнения для отработки навыка построения вопросов интервью. В качестве примера возьмем упражнение, которое называется «*Простые и сложные вопросы*» [Палаткина 2014: 147].

<b>Первый этап</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Группа разбивается на пары.</li> <li>• Один из участников игры задает другому такие открытые вопросы, которые требуют развернутого ответа.</li> <li>• Тот участник, кто отвечает, воспроизводит в своем ответе любую информацию о себе (не обязательно и имеющую прямое отношение к заданному собеседником вопросу).</li> <li>• Каждый из участников остается в своей роли не более пяти минут, после чего они меняются ролями, чтобы каждый из участников получил возможность упражняться в воспроизведении открытых вопросов, а также в умении отвечать на такие вопросы.</li> </ul>
<b>Второй этап</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• На данном этапе упражнения один из участников рассказывает что-то о себе или делится своим личным опытом.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Второй участник старается поддержать разговор с помощью прояснений и перифразов.</li> <li>• Через 5 минут участники диалога меняются ролями.</li> </ul>
--	--

**Между двумя приведенными этапами игры** необходимо выделить время на то, чтобы участники упражнения смогли обменяться впечатлениями и поделиться друг с другом о возникших у них трудностях.

По мере того, как участники игры будут приобретать большие навыки коммуникации и готовность к самораскрытию, они будут осваивать умение задавать вопросы, которые предусматривают больше возможностей для ответов.

### 3.3. Композиционные особенности текста интервью

Абсолютно каждый текст имеет свое композиционное оформление, которое обуславливается:

- типом высказывания (повествование, описание, рассуждение);
- его жанровыми и стилистическими особенностями.

Композиционное оформление текста интервью способно помогать максимально раскрыть его содержание и смысл, которые обозначаются или могут обозначаться в названии или заголовке текста. Любой текст, который создается в коммуникационном процессе, должен быть литературно обработан: ему необходимо придать соответствующую жанровую форму и стилистическую окраску.

Если рассматривать текст в системе обобщенных функциональных категорий, то он будет квалифицироваться как наивысшая целостная единица коммуникации, которая состоящая из коммуникативно-функциональных элементов, в свою очередь организованных в одну систему для осуществления коммуникативного намерения автора текста соответственно речевой ситуации [Валгина 2003: 82].

Текст интервью

1. Структурно реализует представленную деятельность;
2. Состоит из последовательно объединенных вербальных средств.

Но значения, которые находятся в тексте, не всегда способны передаваться только вербальными средствами. Для этого существуют невербальные средства. В тексте может осуществляться вербализация «немых» языков. Этому, в частности, способствуют различные ремарки или авторские описания соответствующих жестов и мимики [Волгина 2004: 98].

Можно выделить и такой способ передачи значений в тексте, как вторжение в единообразно организованное пространство элементов других текстов, «текстов в тексте» [Лотман 1994: 165]. Это могут быть прямые

включения, такие как: эпиграфы, цитаты, ссылки, пере сказы-вставки иных сюжетов, обращения к легендам, «чужим» рассказам.

**Классификация элементов других текстов по Ю.М. Лотману**  
[Лотман 1994: 165].

<b>Цитаты</b>	Здесь журналист использует цитату в вопросе, что приводит к развернутому ответу собеседника.
<b>Ссылки</b>	В данном случае интервьюер ссылается на чье-либо высказывание.
<b>Пересказы-вставки иных сюжетов</b>	Здесь журналист напоминает некоторые исторические сведения. Это используется для того, чтобы текст интервью приобрел большую информативность.
<b>Использование «чужих» рассказов</b>	Интервьюер демонстрирует свое знание предмета разговора и указывает на то, что готовился к интервью, искал нужную информацию.

Общая схема текста интервью трехчастна: лид (зачин), основная содержательная часть, концовка [Кодола 2011: 132].

<b>Зачин/лид</b>	Первая фраза текста – одна из самых трудных фаз тексообразования.  Зачин текста – это начальная часть текста, которая имеет особую коммуникативную функцию, определяемую журналистов в соответствии с целями, темой и идеей текста, а также возможностями и интересами адресата.
<b>Основная содержательная часть</b>	Основную часть интервью составляют вопросы интервьюера и ответы интервьюируемого на них.
<b>Концовка</b>	Соответствуя задачам автора, содержанию текста, концовка реализуется в одной из следующих функций: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Подытоживание – это перечисление тех основных вопросов в тексте, которые затрагивались в ходе</li> </ul>

	<p>интервью.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Обобщение – это даваемая респондентов общая оценка предмета обсуждения.</li> <li>• Прогноз, пожелания, призывы – это мнения интервьюируемого о желательности осуществления чего либо.</li> </ul>
--	--

Основываясь на анализ композиционных особенностей интервью, можно сделать вывод, что для успешного создания текста интервью, интервьюер должен обладать следующими умениями [Кодола 2011: 115]:

- определять и использовать основные текстовые категории интервью;
- строить реплики и рассматривать их как компонент диалогического единства;
- придавать тексту интервью соответствующее композиционное оформление (зачин/лид, основная часть, концовка);
- строить и анализировать текст интервью.

Для интервьюера очень важно развить способность резюмировать основное содержание речи другого человека. Поэтому, в качестве развития коммуникативной компетенции, можно использовать упражнение «Ключевые слова». [А.Я. Психология электронный ресурс 2012].

Ведущий ставит в стороне один стул, а остальные стулья располагаются вокруг него полукругом. Выбирается доброволец, который будет сидеть на стуле и выполнять тем самым роль «зомби». Ведущий отдает ему карточку, на которой выписано три утверждения.

Ниже приводятся примеры таких карточек.

### **Пример 1.**

- 1. Я – самый умный человек на свете.*
- 2. Все женщины должны улыбаться.*
- 3. Все мужчины должны носить с собой носовые платки.*

**Пример 2.**

- 1. У меня есть особенная миссия, но я ее забыл.*
- 2. Нельзя доверять людям в зеленых сапогах.*
- 3. Белый цвет – мой любимый.*

**Пример 3.**

- 1. Завтра я буду весь день читать учебник математики.*
- 2. Я должен узнать все способы доказательства теоремы Пифагора.*
- 3. Маленькие уши – признак большого ума.*

Задача остальных участников заключается в том, чтобы с помощью расспросов выяснить содержание карточки.

Ведущий при этом просит «зомби» отвечать как можно искреннее, но с опорой на предложения, которые написаны в карточке. При этом задача «зомби» стараясь держать написанное на карточках в тайне, насколько это возможно.

Когда кто-то из участников сможет угадать одно из суждений, ведущий поднимает руку и сообщает: «Первое есть. Осталось два».

Если участники долго не могут добраться до «сверхценных суждений», написанных на карточках, ведущий просит «зомби» немного помочь.

Данная игра направлена на развитие креативности, умение задавать вопросы, а также разговаривать собеседника.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При создании текста, стоит понимать, что каждый жанр СМИ предназначен для решения конкретной информационной задачи, а также имеет свои методы работы с информацией. Наиболее популярный метод сбора информации – это интервью.

Интервью относится к жанрам, представляющим общественный интерес – ответы известного человека (или группы людей) на конкретные вопросы журналиста.

В начале XIX века появляются основные черты, которые характеризуют интервью: определённые типы вопросов, риторические и стилистические фигуры.

Интервью, как один из самых распространенных типов публичного диалога, дает возможность увидеть и зафиксировать новые тенденции развития устной и письменной публичной речи. Тексты современных интервью отражают значительные изменения в языковых вкусах и речевом поведении нашего современника.

Успех интервью измеряется количеством и качеством информации, полученной за время его проведения. Вопросы – не самоцель журналистского интервью. Разумеется, оно, проводится ради ответов. Однако ответы не рождаются сами по себе, их вызывает вопрос.

Успех интервью зависит от качества общения, степени контакта между интервьюером и респондентом, их взаимопонимания, готовности респондента помочь интервьюеру. Вопросы профессионально удачного интервью являются не просто инструментарием для съема информации социологического характера.

В процессе обучения — и при изучении литературы, и при критических обзорах современной практики — необходимо постоянно сопоставлять, рассматривая в единстве, вопросы технологии и мастерства с этико-

профессиональными нормами работы журналиста; приучаться видеть особенности журналистики как творчества индивидуально-коллективного, а значит, видеть дополнительные возможности творческого поиска в плане коллегиальной взаимоподдержки и взаимокоррекции.

Интервью по месту исследования может проходить в образовательном учреждении. Для многих категорий респондентов именно учебная обстановка является более привычной, естественной и располагающей к продуктивному обмену мнениями. Это наиболее целесообразно, когда изучаются учебные коллективы. Преимущество образовательной среды заключается в том, что вокруг находятся предметы, которые активизируют сознание в нужном направлении, могут подсказать или напомнить нечто важное.

Главными индикаторами присутствия интервью в процессе обучения является наличие системы «вопрос-ответ» и возможность определения педагогической цели такого общения.

Обмен информацией между преподавателем и студентом в форме беседы (интервью) является способом передачи научного знания.

Интервью является педагогическим инструментом. Интервью может использоваться в обучении как способ получения и передачи знаний. На основе использования записей интервью существуют технологии обучения филологическим дисциплинам, что позволяет расширить методическое обеспечение курса для повышения качества педагогического образования.

Эффективность беседы в значительной степени зависит от обстановки, в которой она проводится.

Любой текст имеет соответствующее композиционное оформление, которое обусловлено типом высказывания (повествование, описание, рассуждение), его жанровыми и стилистическими особенностями.

Композиционное оформление текста интервью помогает оптимально раскрыть его содержание и смысл, которые обозначены (или могут быть обозначены) в названии (заголовке) текста. Всякий текст, создаваемый в



процессе коммуникации, должен быть литературно обработан: ему нужно «придать» соответствующую жанровую форму и стилистическую окраску.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аграновский В.А. Вторая древнейшая: Беседы о журналистике. – М.: Вагриус, 1999.
2. Ангулов С.Л. Методика проведения интервью. – М.: 2000.
3. Белановский С.А. Глубокое интервью: учебное пособие. – М.: Никколо-Медиа, 2001.
4. Бобков А.К. Газетные жанры: учебное пособие. – Иркутск: Иркутский университет, 2005.
5. Бутенко И.А. Стандартизированное интервью и новые технологии // Социологические исследования. – 2007. – №11. – 100-105 с.
6. Валгина, Н.С. Текст как законченное информационное и структурное целое. – М. Логос, 2003.
7. Валеев Г.Х. Методология и методы психолого-педагогических исследований. – Sterlitaamak: СГПИ, 2002.
8. Васильева В.Н. Отличительные особенности беседы и интервью. – Белебей: Академия ВЭГУ, 2014.
9. Васильева Л.А. Делаем новости! – М.: Аспект Пресс, 2003.
10. Волгина Н. С. Теория текста. – М.: Логос, 2004.
11. Волкова О.Н. Педагогическое речеведение. – М.: Флинта, 1998.
12. Ворошилов В.В. Журналистика. – М., КНОРУС, 2010.
13. Гальперин П. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981.
14. Ганзен В.А. Восприятие целостных объектов. – Л.: ЛГУ, 1974.
15. Голанова Е.И. Устный публичный диалог: жанр интервью // Русский язык конца XX столетия. – М.: Наука, 1996.
16. Грабельников А.А. Журналистика и массовая коммуникация в диссертационных исследованиях 2004 года // Акценты: новое в массовой коммуникации. – Воронеж: 2005. – 46 с.

17. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. – М.: РИП-Холдинг, 2007.
18. Грибачева А.А. Теория и практика применения метода интервью в социологии. – М.: ГОУВПО МПГУ, 2000.
19. Гуревич С.М. Номер газеты. – М., Аспект-Пресс, 2002.
20. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – М.: КДУ, 2003.
21. Добренков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования. – М.: Инфра-М, 2004.
22. Елецкая О.В., Тараканова А.А. Психолого-педагогическая диагностика детей с нарушениями речи. – СПб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2012.
23. Знайкина К.Л. Возможности использования интервью в обучении студентов психологии. – М.: Инфра-М, 2010.
24. Ильченко С.Н. Интервью в журналистском творчестве. – СПб.: СПбГУ, 2003.
25. Кадочникова О.А. Обучение студентов-журналистов созданию PR-текстов в сфере образования для размещения в сети Интернет. – М.: ГОУВПО МПГУ, 2010.
26. Карасёв, Л.В. Живой текст // Вопросы философии. – 2001. – № 9. – 54-70 с.
27. Кацнельсон С.Д. Типология языка и речевое мышление. – Л.: «Наука», 1972.
28. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации. – Воронеж: Издательство государственного технического университета, 2000.
29. Квале С. Исследовательское интервью. – М.: Смысл, 2003.
30. Кодола Н.В. Интервью: Методика обучения. Практические советы: Учеб. пособие для студентов вузов. – 2-е изд., испр., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011.
31. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студентов вузов по спец. «Журналистика». – СПб.: 2000.

32. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ. – М.: МГУ, 2000.
33. Кыверялг А.А. Методы исследований в профессиональной педагогике. – Таллин: Валгус, 1980.
34. Лотман Ю.М. Структура художественного текста. – СПб.: Искусство, 1994.
35. Лукина М.М. Технология интервью: Учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика». – СПб.: Искусство, 2003.
36. Малько А.В. Правовая жизнь общества: проблемы теории и практики. – М.: Литагент Проспект, 2015.
37. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: 2006.
38. Мицыч П. Как проводить деловые беседы. – М., 1987.
39. Муратов С. Диалог: Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М.: Аспект Пресс, 2003.
40. Никонова З.В., Пунтус Д.А. Методические рекомендации для преподавателей и студентов по проведению интервью. – Красноярск: КГБОУ СПО, 2012.
41. Палаткина Г.В. Социальная работа с незащищенными группами населения // учеб. пособие для вузов. – М.: Scientific magazine «Kontsep», 2014.
42. Панина Н.В. Технологии социологического исследования. – Киев: Институт социологии НАН Украины, 1998.
43. Психология (azps.ru) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.azps.ru>.
44. Ромашкина Т.А., Данилова Л.Ю. Использование качественных методов научных исследований в библиотеке – Хабаровск: ДВГНБ, 2014.
45. Рорти Р. Философия и зеркало природы. – Princeton (NJ): Princeton University Press, 1979.
46. Стрельцов Б.В. Аналитические жанры. – Минск, 1974.
47. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2002.

48. Чеснокова Е.Н. Метод построения развивающих диалогических отношений «учитель ученик». – СПб.: 2005.
49. Шостак М. И. Репортер: Профессионализм и этика. – М.: РИП-холдинг, 2001.
50. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: «Добросвет», 2009.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Взято из: <https://www.educationindex.ru/articles/higher-education-in-the-uk/students-feedback-uk/interview-student-demontfort/>

**И** – интервьюер.

**Р** – респондент.

**И: Привет, Кирилл! Расскажи нам немного о себе. Как так получилось, что ты оказался в Англии?**

**Р:** Меня зовут Кирилл, мне 24 года, и я из Москвы. Я закончил обычную среднеобразовательную школу в Москве, после которой поступил в МГТУ им. Баумана. Обучаясь на факультете «Инженерный Бизнес и Менеджмент», я узнал о возможности программы «двойных дипломов» в рамках реализации совместных международных научных проектов и образовательных программ. Это значит, что за период обучения в МГТУ им. Баумана, можно получить два диплома, один из которых диплом бакалавра или магистра **Университета Де Монтфорт**. Причем срок обучения в Англии для получения степени бакалавра по этой программе составляет один год, так же, как и для магистра. Никаких конкурсов на участие в программе не проводится, и она предоставляется всем желающим и за свой счет. В итоге я решил ехать в Англию на программу получения степени магистра.

**ЕИ: В каком году ты поступал в Университет Де Монтфорт? Был ли это твой первый выбор университета или ты подавал еще куда-то? Почему именно Университет Де Монтфорт? Что привлекло тебя в этом университете?**

**Р:** В апреле 2014 года, как и каждый год, в МГТУ им. Баумана приезжали представители университета Де Монтфорт для того, чтобы поговорить со студентами об обучении в Англии и принять экзамен у желающих поступить (DATE-test: De Montfort University Academic Test of

English). Этот экзамен по своей структуре очень похож на тест IELTS, и его успешная сдача практически гарантирует поступление в Де Монтфорт. Необходимое условие – получить не менее 6,5 баллов за тест (кстати, результаты DATE теста отменяют необходимость сдачи IELTS, и при подаче документов на визу можно использовать сертификат с результатами DATE теста). Тем, кто получил менее 6,5 баллов в результате теста предлагается пройти предсезонные курсы английского языка в университете Де Монтфорт. Курсы начинаются в августе и длятся месяц. Я бы порекомендовал их и тем, кто сдал тест на 6,5 и выше, поскольку одна из основных задач курсов подготовить студентов к предстоящему обучению, а именно к написанию отчетов, докладов, эссе в академическом стиле, к групповым работам и презентациям. Это очень важно для международных студентов, поскольку, например, образовательный процесс в России отличается от английского.

Так как я поступал на обучение в Де Монтфорт по предложению от МГТУ им. Баумана, я не подавал заявки в другие университеты Великобритании. Тем не менее, рассматривая другие английские высшие учебные заведения, в университете Де Монтфорт меня привлекло то, что он предоставляет качественное образование по сравнительно с другими университетами Англии невысокой цене. Так же университет имеет отличный веб-сайт, где доступно описаны не только учебные программы, но и все вопросы, касающиеся как учебного процесса, так и подготовки к нему.

**И: Как ты поступал в университет? Расскажи о своем опыте.**

**Р:** После сдачи DATE-теста необходимо также было заполнить заявку-анкету, к которой приложить переводы школьного аттестата, диплома о высшем образовании (для поступающих в магистратуру в DMU), рекомендационное и мотивационное письмо. Получив положительный ответ от Де Монтфорта (unconditional letter), у меня были все документы для подачи на визу.

**И: Столкнулся ли ты с какими-либо сложностями при поступлении в университет как иностранный студент? Если да, то расскажи нам об этом немного подробнее.**

**Р:** Сложности и проблемы, которые могут возникнуть при поступлении в университет в Англии – это в основном вопросы, связанные со временем. Мой совет всем поступающим – делать все своевременно, и по возможности заранее. Курс, на который я поступал начинался в сентябре (В Де Монтфорте так же есть магистерские программы, начинающиеся с января), но мне необходимо было пройти предсместровые курсы, начинающиеся в августе. В связи с тем, что виза Tier 4 делается месяц, у меня были серьезные опасения, что я не успею получить визу и попасть на курсы, без которых я не смогу быть зачислен на магистерскую программу. Я решил делать две визы. Первым делом, для того чтобы успеть на предсместровые курсы, я подал документы на мультивизу (на мультивизу можно подать документы в срочном порядке, но она не подходит для обучения на магистратуре). Эту визу я получил менее чем за две недели и отправился на курсы. После окончания предсместровых курсов в начале сентября, у меня оставалось менее двадцати дней до начала основного обучения на магистра. Я сразу же подал документы на визу Tier 4. К сожалению, я немного опоздал (на 10 дней) к началу учебного года, но, тем не менее, всё закончилось благополучно. Надо заметить, что Университет Де Монтфорт всячески содействовал в получении визы, например, предоставил мне письмо для визовых офицеров, о том, что меня примут на курс, несмотря на возможную задержку с получением визы.

**И: Предоставляет ли Университет Де Монтфорт стипендии для иностранных студентов? Знаешь ли ты студентов, которые получили стипендии на обучение?**

**Р:** Университет предоставляет стипендии как для выпускников бакалавриата при продолжении учебы на магистратуре, так и для международных студентов в зависимости от их успеваемости на их



предыдущем месте учебы. К сожалению, я не знаком со студентами, получившими стипендии на обучение. Но на сайте университета подробно расписано как можно получить стипендию, и какие необходимые требования для этого.

**И: Кто учится с тобой на твоей программе? Много ли иностранцев, русскоязычных студентов? Удалось ли завести близких друзей, и кто они – русскоговорящие, иностранцы, англичане? С кем легче всего находишь общий язык?**

**Р:** Программа International Business And Finance MSc очень популярна среди иностранных студентов. Может сложиться впечатление, что большинство студентов здесь - это китайцы, индийцы и британцы. Тем не менее, здесь также можно встретить большое количество студентов из Европы, Африки и даже Америки. Русских студентов на моей программе, к сожалению, не было. Стоит заметить, что круг знакомых не ограничивается студентами, обучающимся с тобой на одной программе. На многих предметах обучение происходит вместе со студентами с других программ, таких как: MBA Global, International Business And HR, Accounting And Finance и другие.

В университете очень много групповых работ, когда ты работаешь вместе с другими студентами, и вы получаете общую оценку. Работая над общей задачей, совсем не сложно найти общий язык и завести близких друзей независимо от того, откуда они.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Взято из: <http://w-o-s.ru/article/12840>

### **Анкета: «Опрос будущих журналистов».**

1. Почему вы поступили на журфак? Считаете ли вы изменения, которые произошли в отрасли за последние три года, существенными? Могут ли эти изменения повлиять на вашу дальнейшую работу? Вы считаете их позитивными или негативными?

2. Как бы вы описали современное медиапространство в России с точки зрения особенностей аудитории, свободы слова, плюрализма мнений, отношений «собственник — главный редактор»?

3. Кого из российских журналистов вы считаете авторитетом, примером для подражания? Кого вы можете назвать профессионалом?

4. Какие СМИ вы смотрите, читаете, слушаете?

5. Где бы вы хотели работать после университета?

6. Если бы сейчас вам предложили работу на «Дожде», «Первом канале» и «России», куда бы вы пошли и почему?

### ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Взято из: [https://www.youtube.com/watch?v=944zM7a3G\\_U](https://www.youtube.com/watch?v=944zM7a3G_U)

Сегодня в России отмечают день филолога. Эта дата является профессиональным праздником для всех, кто так или иначе связан с языкознанием. В нашей стране она отмечается на следующий день, после дня славянской письменности и культуры. О состоянии современной науки филологии мы поговорим с заведующим кафедрой русского языка Вологодского Государственного Университета Гурием Васильевичем Судаковым.

**И: Гурий Васильевич, здравствуйте! Как Вы оцениваете состояние русского языка на сегодняшний момент? Можно ли сказать, что идет некоторая тенденция к упрощению его? И вообще, какие тенденции наблюдаются в науке?**

Р: Добрый день! Вообще, язык – это довольно стабильная инстанция и в нем абсолютно все в порядке. Где неблагополучно – это в речи отдельных граждан и, особенно, в разговорной речи современного русского общества. Почему я разделяю язык и речь? Я еще раз повторю, что язык складывался длительное время, и сегодня у нас тот же русский язык, которым пользовался Пушкин, на котором писал Толстой, в нем мало что изменилось. А вот речь, она действительно меняется, и не только в отношении лексики, то есть словарного запаса, но и в отношении орфоэпии, фонетики, меняются некоторые грамматические формы в русской речи, но особенно много заимствований. За долгое время сменилось несколько таких волн языковой экспансии. При Пушкине это были французы, и в течение всего 19 века, если судить по роману Толстого «Война и Мир», там же очень много таких текстов, которые написаны на французском языке. А в 20-ом веке мы в разное время испытывали влияние классических языков. Например,

латинского. Это именно в 20-ом веке. Почему? Науки развиваются, а латынь - это язык средневековой науки и науки, которая была в 20-ом веке. Вот сейчас какой язык является языком науки - нужно подумать. Я сразу не ответил бы.

**И: Ну то есть можно ли говорить что упрощается речь? Не у некоторых граждан. Принимаются стандарты определенные?**

Р: Знаете, был такой пример в «Золотом теленке», когда речь Элочки Людоедки сводилась всего к 12 словам. И если, скажем, в словаре Даля 200 тысяч слов, словарь Пушкина приближался к 20 тысячам слов, то есть такие люди, которые обходятся и ста словами. Я почти уверен, что есть такие люди, у которых действительно не более ста слов в речи используется. Поэтому еще раз повторю, что в языке-то все в порядке. В языке очень много слов. Слов, которыми можно писать конституцию, которыми можно разговаривать на дипломатических приемах, с помощью которых можно объясняться с гражданами, можно изъясняться, собственно, с женой на кухне. Со словами все в порядке.

**И: А что можно сказать о грамотности населения? То есть мы уже который год пишем диктанты, Вы участвуете в проверке. Что можно сказать о грамотности на данный момент?**

Р: <...> От года к году количество пишущих диктант увеличивается. А оценки становятся хуже, вот что плохо. В этом году почти две трети написали на двойки. Диктант не превышал школьных норм. Что плохо? Плохо с пунктуацией. А плохо почему? Вы знаете, уже стали замечать давно, что плохо оцениваем мы смысл сказанного, смысл услышанного. А ведь для того, чтобы поставить знаки препинания, людям нужно прежде всего вдуматься в смысл, что там написано, и исходя из этого ставить знаки препинания. Но не менее важна и орфография. На тотальном диктанте у нас были такие произведения, где было около 40 ошибок. То есть фактически в каждом слове было по ошибке. <...>

**И: А с чем это связано? С плохим уровнем преподавания в школе? Почему такая ситуация? И как ее можно исправить?**

Р: Был такой академик Л.В. Щерба, старшее поколение знает его как автора школьных учебников. Он говорил, что вот пока писал статью, он дважды открывал словарь по орфографии и смотрел туда. Академик, школьные учебники пишет, и посмотрел в словарь. Дальше у него в статье сказано, что нет лучшего способа научиться грамотно писать, как писать диктанты. Поскольку длительное время в наших школах не было сочинений, то, соответственно, не было и диктантов. Если сравнить объем устной речи и письменной речи, которой занимаются учащиеся на уроках, то, конечно, это все будет в пользу устной речи, пишут мало. <...> Все рефераты пишут на компьютере, а компьютер не учит грамотности. Это первая причина. А вторая причина плохой грамотности - мало читают. Опять таки невозможно научиться грамотно писать не читая. Сейчас по грамотности, я полагаю, что мы уже сравнялись с Америкой и с Англией. И вообще с грамотностью плохо. <...> Но в России это особенно заметно. Почему? Длительное время Советский Союз был читающей нацией. И до сих пор мы здесь на передовых местах, то есть по сравнению с другими мы читаем много. Но, для того, чтобы быть грамотным, конечно, нужно бы читать 16 страниц в сутки <...>.

**И: А важно при этом что читать?**

Р: Да знаете, это не важно. Пусть бы читали только. <...>. На сегодняшний день редко можно найти даже столичное издание, где нет ошибок.

**И: Вот как раз к этой теме хотела перейти - ошибки в рекламе. Очень часто сталкиваемся с какими-то нелепостями и даже с орфографическими ошибками, пунктуационными в рекламе. Вот что можно сказать по этому поводу?**

Р: <...> Следующей осенью мы будем проводить заседание, оно точно будет посвящено языку рекламы. Почему? Что касается ошибок орфографических, пунктуационных, их не так много. Там речь плохая. Дело

в том, что с соответствии с законом о государственном языке, реклама должна писаться литературным языком. Это не значит, что в ней не может быть просторечий, если это выразительно. Пожалуйста. <...> Но жаргон и просторечие - они как раковая опухоль. По моему, именно они съедают рекламу, потому что она становится мало понятной и не для всех доходчивой. <...> На язык детей очень сильно влияет реклама. Маленькие дети, да и школьники, как только рекламный ролик запускают на телевидении, они сразу туда уставились. Не зависимо от того, сотый раз в день они смотрят или нет. В этом смысле реклама притягательна. Ну и что же касается взрослых, то некоторые с удовольствием отключают звук и не слушают. Поэтому вред, который могла бы принести реклама, не так велик. Точно на взрослое население она уже не действует. <...>

**И: Предпринимаются ли какие-нибудь шаги, чтобы речь приблизить к литературной?**

Р: Тут, знаете, надо с чего начинать. У нас много сайтов. <...> Сайт - это практически реклама. Преобладает, конечно, информационная часть, но есть и рекламная, призывная. Наверное, начинать надо с этого. Начинать надо с речи людей, которые стоят у микрофона - депутаты всех уровней, власти и так далее. А пытаться отдельно взятые рекламные тексты исправить, конечно, надо стараться. Я сейчас говорю о том, с чего надо начинать.